

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт философии
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Директор института философии
Скляр П.П.
«20» февраля 2025 г.

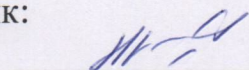
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине
«Интернет-журналистика»

42.03.02 Журналистика
«Универсальная журналистика»

Разработчик:

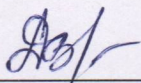
доцент



Романова Н.В.

ФОС рассмотрен и переутвержден на заседании кафедры журналистики от
«30» января 2025 г., протокол № 7.

Заведующий кафедрой
журналистики



Фесенко Ю.П.

Луганск 2025 г.

**Паспорт
фонда оценочных средств по учебной дисциплине
«Интернет-журналистика»**

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины (модуля) или практики

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Контролируемые темы учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Тема 1. Средства массовой коммуникации в сети Интернет. Тема 2. Особые свойства интернет-СМИ. Тема 3. Язык сети. Тема 4. Тенденции развития интернет-СМИ Тема 5. Типология интернет-СМИ Тема 6. Общероссийские и региональные интернет-СМИ. Тема 7. Информационные агентства в современном сетевом пространстве Тема 8. Технологии поиска информации в сети Интернет. Тема 9. Международные интернет-СМИ.	6
2	ПК-3	Способен участвовать в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий	Тема 1. Средства массовой коммуникации в сети Интернет. Тема 2. Особые свойства интернет-СМИ. Тема 3. Язык сети. Тема 4. Тенденции развития интернет-СМИ Тема 5. Типология интернет-СМИ Тема 6. Общероссийские и региональные интернет-СМИ. Тема 7. Информационные агентства в современном сетевом пространстве Тема 8. Технологии поиска информации в сети Интернет. Тема 9. Международные интернет-СМИ.	6

**Показатели и критерии оценивания компетенций,
описание шкал оценивания**

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Показатель оценивания (знания, умения, навыки)	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ПК-1	знать: – методику работы с различными мультимедийными жанрами и форматами сетевого контента, правила создания информационного контента в различных интернет-СМИ; уметь: – адаптировать информацию для различных мультимедийных платформ, работать в рамках требований различных мультимедийных редакций; владеть навыками: – методами анализа медиатекстов и навыками обработки информационного контента для различных типов интернет-СМИ.	Тема 1. Тема 2 Тема 3. Тема 4. Тема 5. Тема 6. Тема 7. Тема 8. Тема 9.	Контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям по разделам дисциплины; Творческие задания; контрольные работы.
	ПК-3	Знать: основные этапы развития организации работы пресс-службы; закономерности развития носителя информации; виды и типы существующих источников международной журналистики; функции и свойства документов; проблемы международной журналистики; Уметь: решать основные проблемы организации работы пресс-службы; пользоваться специальной терминологией и ориентироваться в литературе по организации работы пресс-службы; выделять особенности, преимущества и недостатки тех или иных разновидностей международной журналистики; проектировать организацию работы по анализу международной журналистики; Владеть: навыками создания различными способами организации работы пресс-службы; практическими навыками в освоении особенностей процесса исследования международной журналистики; навыками составления различных видов документации в соответствии с требованиями государственных стандартов и других нормативных документов;	Тема 1, Тема 2. Тема 3. Тема 4. Тема 5. Тема 6. Тема 7. Тема 8. Тема 9. .	Контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям по разделам дисциплины; Творческие задания; контрольные работы.

**Фонды оценочных средств по дисциплине
«Интернет-журналистика»**

**Контрольные вопросы для подготовки к практическим занятиям
по разделам дисциплины**

Примерный перечень вопросов:

1. Роль Интернет-журналистики в общественно-политической жизни государства.
2. Рекламные и рекламно-информационные Интернет-издания.
3. Интернет-журналистика: ее специфика и характерные черты.
4. Веб-технологии журналистики.
5. Свойства веб-публикаций.
6. Информационное общество: понятие и характеристика.
7. Место и роль журналистики в информационном обществе.
8. Виртуальный эйкос и социокультурная среда.
9. Виртуальная реальность и медиатехнологии.
10. Информирование и коммуницирование.
11. История интернета в России.
12. Становление интернет-журналистики в России.
13. Типология веб-изданий.
14. Типология сайтов.
15. Редакция интернет-издания.
16. Менеджмент веб-проектов.
17. Жанры в интернет-журналистике.
18. Правовые основы интернет-журналистики.
19. HTML – язык разметки гипертекста.
20. Понятие гипертекста.
21. Классификация гипертекстов.
22. Логика юзабилити.
23. Текст как энциклопедия и как архив.
24. Структура гипертекста.
25. Контент гипертекста.
26. Сайт как информационный организм.
27. Интернет-лексика. Специфика новояза.
28. Психологические особенности веб-коммуникации.
29. Источники информации в сетевом пространстве.
30. Инструменты линейного поиска.
31. Построение связей в нелинейном поиске.
32. Собственная публикация как источник информации.
33. Рабочее место интернет-журналиста.
34. Требования к оборудованию рабочего места интернет-журналиста.
35. Программное обеспечение для интернет-журналиста.
36. Типы структур сайтов.
37. Проектирование сайта: принципы построения системы навигации.
38. Проектирование сайта: карта сайта.

39. Тенденции развития СМИ.

40. Процессы дигитализации в СМИ как фактор глобализации.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Контрольные вопросы»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Ответ на вопрос представлен на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Ответ на вопрос представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Ответ на вопрос представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Ответ на вопрос представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Примерный перечень тем для докладов, рефератов.

1. Краткий обзор истории Интернета.
2. Эпоха компьютерных сетей.
3. Начало сайтовой эпохи.
4. Эпоха интернет-СМИ.
5. Блоги, видеоконтент и гражданские медиа.
6. Кризис и возрождение рынка интернет-СМИ.
7. Разновидности интернет-проектов.
8. Отличия интернет-СМИ от классических.
9. Команда интернет-проекта.
10. Интернет-СМИ: технологическая и организационная специфика.
11. Современные тенденции построения веб-интерфейсов и практика их применения в интернет-журналистике.
12. Жанры интернет-журналистики.
13. Оригинальные жанры интернет-журналистики.
14. Новые формы материалов в интернет-журналистике.
15. Специфика заголовка для Интернета.
16. Виды гиперссылок.
16. Особенности оформления материалов в Интернете.
17. Принципы работы поисковых систем.
18. Поисковая оптимизация интернет-СМИ.
19. Принципы работы электронной почты.
20. Принципы работы систем мгновенного обмена сообщениями.

21. Профессия журналиста в эпоху информационного общества.
22. Планирование и организация выпуска интернет-издания.
23. Типологические особенности интернет-издания.
24. Аудитория интернет-вещательных сайтов

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Реферат»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Реферат представлен на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.).
4	Реферат представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.).
3	Реферат представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.).
2	Реферат представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.).

Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

1. Роль Интернет-журналистики в общественно-политической жизни государства.
2. Рекламные и рекламно-информационные Интернет-издания.
3. Интернет-журналистика: ее специфика и характерные черты.
4. Веб-технологии журналистики.
5. Свойства веб-публикаций.
6. Информационное общество: понятие и характеристика.
7. Место и роль журналистики в информационном обществе.
8. Виртуальный эйкос и социокультурная среда.
9. Виртуальная реальность и медиатехнологии.
10. Информирование и коммуницирование.
11. История интернета в России.
12. Становление интернет-журналистики в России.
13. Типология веб-изданий.
14. Типология сайтов.
15. Редакция интернет-издания.
16. Менеджмент веб-проектов.
17. Жанры в интернет-журналистике.
18. Правовые основы интернет-журналистики.
19. HTML – язык разметки гипертекста.
20. Понятие гипертекста.

21. Классификация гипертекстов.
 22. Логика юзабилити.
 23. Текст как энциклопедия и как архив.
 24. Структура гипертекста.
 25. Контент гипертекста.
 26. Сайт как информационный организм.
 27. Интернет-лексика. Специфика новояза.
 28. Психологические особенности веб-коммуникации.
 29. Источники информации в сетевом пространстве.
 30. Инструменты линейного поиска.
 31. Построение связей в нелинейном поиске.
 32. Собственная публикация как источник информации.
 33. Рабочее место интернет-журналиста.
 34. Требования к оборудованию рабочего места интернет-журналиста.
 35. Программное обеспечение для интернет-журналиста.
 36. Типы структур сайтов.
 37. Проектирование сайта: принципы построения системы навигации.
 38. Проектирование сайта: карта сайта.
 39. тенденции развития СМИ.
 40. Процессы дигитализации в СМИ как фактор глобализации.
- Критерии и шкала оценивания по оценочному средству промежуточный контроль (зачет)

1. *Выберите один правильный ответ.*

Кто ввел в язык термин «Интернет»?

- А) М. Маклюэн
- Б) К. Шеннон
- В) Тим Бернерс-Ли
- Г) С. Джобс

Правильный ответ: В

2. *Выберите один правильный ответ.*

Цель интернет-журналистики в системе СМИ?

- А) расширение информационного пространства
- Б) унификация информационного пространства
- В) интеграция информационного пространства
- Г) обогащение информационного пространства

Правильный ответ: В

3. *Выберите один правильный ответ.*

Место и роль интернет-журналистики в системе СМИ?

- А) главная
- Б) маргинальная

В) комплексная
Г) интегральная
Правильный ответ: Г

4. Установите соответствие между понятиями и их определениями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Понятия	Определения
1) Гипертекст	А) процесс, при котором на базе регионов формируется самостоятельная система средств массовой информации, ориентированная на удовлетворение запросов локального характера.
2) Регионализация СМИ	Б) текст со ссылками, которые позволяют мгновенно переходить к связанным материалам.
3) Дигитализация СМИ	В) перевод содержания СМИ во всех его формах – текстовой, графической, звуковой – в цифровой формат, понятный современным компьютерам.

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

5. Установите соответствие между понятиями и их определениями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Понятия	Определения
1) Блог	А) процесс интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс; передача одного и того же контента разными формами и при помощи разных каналов коммуникации.
2) Конвергенция СМИ	Б) веб-сайт, основное содержимое которого – добавляемые пользователем записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа.
3) Коммерциализация СМИ	В) процесс, при котором СМИ ориентированы на коммерческий успех, обращены к потребителю информации как участнику рыночных отношений; реклама или коммерческая тема становятся важнее информационных потребностей аудитории.

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

6. Установите соответствие между эпохами развития литературы и их определениями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Понятия

Определения изучения

- | | |
|------------------------|--|
| 1) Веб-ресурсы | А) система связи между отдельными интернет-ресурсами при помощи гиперссылок, которая является отличительной характеристикой сетевых изданий. |
| 2) Веб-аудитория | Б) сайты и онлайн-платформы, предоставляющие информацию или сервисы пользователям интернета. |
| 3) Гипертекстуальность | В) посетители определённого интернет-ресурса: целевые, побочные и случайные. |

Правильный ответ: 1-Б, 2-В, 3-А

7. Установите правильную последовательность четырех периодов становления интернет-СМИ. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Период Web 2.0.
- Б) Период становления интернет-СМИ.
- В) Коммерциализация веб-медиа.
- Г) Авторские проекты.

Правильный ответ:

Г	Б	В	А
---	---	---	---

8. Установите правильную последовательность этапов процессов дигитализации и конвергенции. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) конвергенция и интеграция
- Б) Зарождение блогерства
- В) «Манифест Сетевой литературы»
- Г) Коммерциализация онлайн-медиа

Правильный ответ:

Г	Б	В	А
---	---	---	---

9. Установите правильную последовательность разработки веб-издания. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) Программирование сайта

- Б) Разработка дизайн-макета
- В) Вёрстка веб-страниц
- Г) Наполнение сайта контентом

Правильный ответ:

Б	В	А	Г
---	---	---	---

10. *Напишите пропущенное слово.*

Гипертекст _____ от обычного текста, который читается последовательно, гипертекст даёт возможность сразу перейти к нужной информации, не тратя время на поиск.

Правильный ответ: в отличие.

11. *Напишите пропущенное слово.*

Работа с гипертекстами _____ изучение структуры гипертекстовых документов, видов гипертекста, создание таких документов и навигацию по ним.

Правильный ответ: включает.

12. *Напишите пропущенное слово.*

Социальные сети как _____ обеспечивают работу так называемого вирусного редактора механизма стихийного распространения и фильтрации информации, играя ведущую роль в современных трансмедийных проектах.

Правильный ответ: тенденция.

13. *Напишите пропущенное слово.*

Трансформация СМИ _____ связана в первую очередь с дигитализацией медийного содержания – с его переводом в цифровую форму, легко транспортируемую по современным каналам электронной коммуникации

Правильный ответ: сейчас.

14. *Напишите пропущенные слова.*

Гипертекстуальный уровень анализа текста _____ связан с его языковой формой и информационно-коммуникационными задачами.

Правильный ответ: связан.

15. *Напишите пропущенное слово.*

_____ тип коммуникации в журналистике предполагает как широкие, так и профессионально подготовленные аудитории.

Правильный ответ: Сетевой.

16. *Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку.*

В чем специфика сетевых СМИ?

Время выполнения – 5 мин.

Ожидаемый результат: Сетевые версии традиционных СМИ появились в пространстве Рунета одними из первых. Так, электронная версия «Коммерсанта» была зарегистрирована в 1992 году, сайт «Аргументов и Фактов» - в 1997 году. Тогда же пользователи увидели и сайт «Независимой газеты». Однако повсеместное появление электронных версий печатных СМИ пришлось на конец 1990 - начало 2000-х годов. В 2001 году появился сайт «Известий». Сегодня ни одно уважающее себя печатное издание, радио-или телеканал не может обойтись без своего представительства в мировой паутине, хотя бы и в качестве корпоративного сайта. При этом присутствие в Интернете для их подавляющего большинства скорее хороший тон, чем стратегический шаг по расширению своего информационного пространства. Благодаря налаженным механизмам информационной работы, узнаваемому бренду сетевые версии печатных изданий составляют лидирующий сегмент интернет-изданий: почти половина самых популярных в Рунете интернет-СМИ приходится на оффлайновые издания. Для аудитории этого вида сетевых СМИ характерна стратегия брендового потребления информационного продукта, которая предполагает получение новостей из источников, пользующихся доверием пользователя. Этой стратегии противостоит логика универсального потребления, при которой интернет-пользователей интересует прежде всего оригинальное содержимое. При этом не акцентируется ни источник получения информации, ни авторство информации. Средства массовой информации, выбравшие Интернет как канал распространения своей продукции, можно разделить на три большие группы: эквивалентные копии традиционных СМИ, или их электронные версии; модифицированные онлайн-версии традиционных СМИ, которые возникли на почве офлайн-прототипов, но не копируют их, а проводят собственную информационную политику, имеют собственную, отличную от традиционного издания, схему вещания, соответствующую выбранному каналу; медиапроекты, возникшие в Сети и не имеющие офлайновых прототипов. В противовес первой группе они занимают лидирующие позиции в сетевых рейтингах, а некоторые из них, которые прямо заявляют о своих коммерческих целях.

Критерии оценивания: наличие в ответе различных определений.

16. Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку.

В чем специфика менеджмента веб-проектов?

Время выполнения – 5 мин.

Ожидаемый результат: Ключевым понятием веб-проектирования является концепция, ко-торая включает в себя следующие компоненты: существующее или вновь организуемое издание (организация или инициативная группа лиц), которое представляет данный веб-проект;

идеологию проекта, т.е. позицию (экологическая ниша) в медийном и информационно-коммуникативном пространстве; стратегию развития, что подразумевает не только разработку само-го проекта, но и планирование действий по отношению к конкурентам; конечные цели, достижению которых служит данный вебме-диа-ресурс. Контент – это все содержание конкретного сайта, которое вос-принимается рядовым посетителем в качестве такового. Контент – это не только тексты, но и все информативное наполнение сайта: картин-ки, фотографии, программы, скрипты, музыка, визуализированная струк-тура сайта. Трафик измеряется в посетителях и посещениях (хостах и хитах). Собственно, ради трафика и создаются веб-проекты. При управлении трафиком могут быть задействованы две разные стратегии. Первая – трафик максимизируется всеми доступными средствами, что приводит к созданию обширной, но разношерстной и разнородной аудитории, в которой (за счет массового охвата) присутствует и целевая аудитория. Осуществляется работа только на целевую аудиторию, посредством выхода на аудитории близких по тематике проек-тов и корпорирования с ними. Вторая стратегия не может дать быст-рые результаты и требует кропотливой, методичной раскрутки, зато обеспечивает необходимый качественный состав целевой аудитории, структурируемой веб-проектом. Дизайн предполагает не просто оформление сайта, а говорящее оформление сайта. Идеальный дизайн тот, который делает все эле-менты оформления страницы фигурой, тогда фоном становятся другие страницы.

Критерии оценивания: наличие в ответе конкретных примеров.

17. Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку.

В чем специфика SMART в планировании интернет-издания?

Время выполнения – 5 мин.

Ожидаемый результат: Метод SMART предложил эксперт в области стратегического планирования Джордж Доран. В 1981 году он описал метод в статье «S.M.A.R.T. – способ описания управленческих целей и задач» для журнала Management Review. SMART – один из самых известных методов в менеджменте. На курсах по проектному менеджменту, управлению временем, общему менеджменту, управлению командами SMART часто изучают в самом начале. SMART – это метод, суть которого в том, что цели и задачи должны соответствовать пяти критериям. Эти пять критериев зашифрованы в аббревиатуре SMART: S – specific, конкретная; M – measurable, измеримая; A – achievable, достижимая; R – relevant, релевантная; T – time bound, ограниченная по времени. В широком смысле аббревиатура SMART расшифровывается как Standards Machine Applicable, Readable and Transferable – «стандарты, применимые для машин, читаемые машинами и передаваемые на машины». То есть это некие цифровые стандарты с совокупностью умных сервисов, которые имеют человекочитаемый

компонент, но могут передаваться и пониматься машинами без его участия. Тиражи прессы продолжают стремительно падать, издательства отказываются от бумаги, развивая онлайн-версии СМИ. Но, кроме такой давно предсказанной трансформации, редакциям необходимо учитывать мультиплатформенную медийную среду, правильно выбирать каналы дистрибуции и менять подачу контента. Пользователь не только имеет дело с текстом, разделенным на различные фрагменты, связанные между собой в определенном логическом порядке (гипертекстуальность), но и тестами, имеющими разную природу. Такими фрагментами могут выступать аудио-, видео-, фотоматериалы (мультимедийность). С этими текстами он непрестанно взаимодействует, может прокомментировать содержание новостного сообщения, уточнить факты (интерактивность).

Критерии оценивания: наличие в ответе четких определений.

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	собеседование (устный или письменный опрос) представлен(о) на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	собеседование (устный или письменный опрос)) представлен(о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	собеседование (устный или письменный опрос) представлен(о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	собеседование (устный или письменный опрос) представлен(о) на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Интернет-журналистика» соответствует требованиям ФГОС ВО.

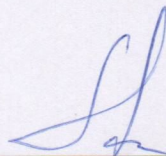
Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлениям подготовки 42.03.02 Журналистика.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки бакалавров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии Института философии



С.А. Пидченко

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)